

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS  
PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, SERTA  
KEWAJARAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN YANG  
BERDAMPAK PADA MINAT BELI ULANG  
OLEH PENUMPANG MASKAPAI CITILINK**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
pada Program sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis  
Universitas Diponegoro

Disusun oleh :

**LAST BEAUTY SIMANJUNTAK  
12010114130160**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
2018**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Last Beauty Simanjuntak

Nomor Induk Mahasiswa : 12010114130160

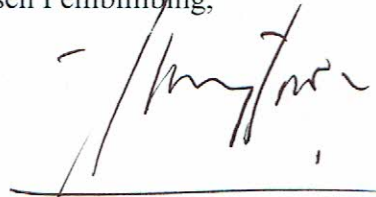
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, SERTA KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA MINAT BELI ULANG OLEH PENUMPANG MASKAPAI CITILINK**

Dosen Pembimbing : Dr. Harry Soesanto, MMR

Semarang, 17 Mei 2018

Dosen Pembimbing,



Dr. Harry Soesanto, MMR

NIP. 195609061987031003

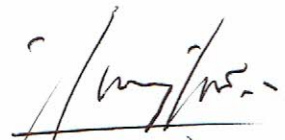
## PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

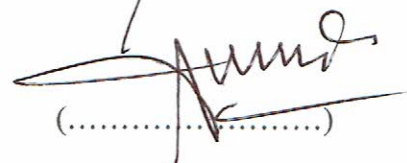
Nama Penyusun : Last Beauty Simanjuntak  
Nomot Induk Mahasiswa : 12010114130160  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis  
Judul Skripsi : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN SERTA KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA MNAT BELI ULANG OLEH PENUMPANG MASKAPAI CITILINK.

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal

Tim Penguji :

1. Dr. Harry Soesanto, MMR
2. Drs. H. Mudiantono, M. Sc
3. Drs. Suryono Budi Santosa,

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)

## **PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Last Beauty Simanjuntak, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, serta Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Minat Beli Ulang oleh Penumpang Maskapai Citilink adalah tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan tangan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin ataupun meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah ialah sebagai tulisan saya sendiri, dan/tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik secara disengaja ataupun tidak, dengan ini saya menyatakan bahwa akan menarik skripsi yang telah saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah ialah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 17 Mei 2018

Yang membuat pernyataan,

Last Beauty Simanjuntak

NIM. 12010114130160

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

*“God is Good All the Time and All the Time God is Good”*

“Bukan tentang siapa yang menjadi pertama atau yang terakhir, tetapi tentang siapa yang akan tetap bertahan dengan banyaknya cobaan”

“Di dalam hidup haruslah kita selalu berpikir positif, menerima dengan ikhlas, sabar menunggu, serta selalu mendoakan, mengandalkan, dan mempercayakan segala sesuatunya pada Tuhan.”

**Teruntuk mereka yang kusayangi dan kukasihi,**

**YESUS KRISTUS**

**Bapak Tulus Simanjuntak**

**(almh) Mama Sonnaria Samosir**

**Ibu Lestari Manurung**

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada minat beli ulang oleh penumpang maskapai Citilink.

Penelitian ini dilakukan kepada pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink, di mana respondennya adalah seluruh pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink yang pernah mengambil rute perjalanan Semarang-Jakarta atau Jakarta-Semarang sebanyak lebih dari 2 kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 138 responden, dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner dan menggunakan metode pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Partial Least Square (PLS)* yang diestimasi dengan program SmartPLS 3.0.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan, citra perusahaan, serta kewajaran harga memiliki pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap minat beli ulang melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Faktor kepuasan pelanggan merupakan faktor yang paling mempengaruhi pengguna dalam melakukan pembelian ulang. Sehingga semakin tinggi kepuasan pelanggan seorang pengguna maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang pengguna terhadap produk jasa tersebut. Manfaat dan kualitas yang dirasakan oleh pengguna terhadap produk sangat mempengaruhi keputusan pengguna melakukan pembelian ulang.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Kewajaran Harga, Kepuasan Pelanggan, Minat Beli Ulang.

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze the influence of service quality, corporate image, and price fairness to consumer satisfaction that impact on re-purchase interest by passengers of Citilink airlines.*

*This research is conducted on Citilink airline service user, where all respondents are Citilink airline users who have ever taken Semarang-Jakarta or Jakarta-Semarang route more than two times. The number of samples in this study are 138 respondents, with data collection methods through questionnaires and using non probability sampling method with purposive sampling technique. This research uses Partial Least Square (PLS) analysis technique which estimated with SmartPLS 3.0 program.*

*The results of this study indicate that the quality of service, corporate image, and price fairness are having both direct or indirect influence on the re-purchase interest through customer satisfaction as intervening variables. Customer satisfaction is the factor that most influence a user in doing re-purchasement. Therefore, the higher the customer's satisfaction will be the higher the re-purchase interest of the service product. The benefits and quality perceived by the user were greatly influenced the customer's re-purchased decision.*

*Keyword : Service Quality, Corporate Image, Price Fairness, Customer Satisfaction, Re-purchase*

## KATA PENGANTAR

Segala Puji syukur bagi Tuhan Yesus Kristus terkasih atas berkat dan kasih yang telah diberikan-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA PERUSAHAAN, SERTA KEWAJARAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERDAMPAK PADA MINAT BELI ULANG OLEH PENUMPANG MASKAPAI CITILINK”**. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya campur tangan dari berbagai pihak yang dengan senang hati turut membantu. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Harjum Muharam, S.E., M.E., selaku Ketua Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Bapak Dr. Harry Soesanto, MMR, selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan senang hati meluangkan waktu, tenaga dan pikiran bagi penulis dalam memberikan arahan, bimbingan, motivasi, semangat, serta saran-saran yang membangun bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.



4. Bapak Idris, S.E., M.Si. selaku Dosen Wali atas perhatian, bimbingan, saran, serta arahan yang diberikan selama proses perkuliahan.
5. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro atas ilmu dan bantuan yang sangat bermanfaat dan berharga yang diberikan kepada penulis selama masa studi.
6. Orang tua terkasih dan tersayang. Bapak Tulus Simanjuntak, (almh) Mama Sonnaria br Samosir dan juga Ibu Lestari Manurung yang tidak pernah henti-hentinya memberikan doa, dukungan, kasih sayang, semangat, motivasi, perhatian, bimbingan, kepercayaan, ketenangan dan keteduhan yang luar biasa hebat kepada penulis.
7. Abangku Semrong Togar Supriyadi Simanjuntak dan Kakakku Sakura Hana Flowerista Simanjuntak, keponakan-keponakanku yang lucu-lucu Anggria Dermi Senohaty Simanjuntak, Matthew Lucky Hasintongan Sibuea dan Dea Friska Manik yang juga tidak hentinya memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi yang luar biasa kepada penulis.
8. Teman/Sahabat/Mantan pacar terbaik yang jauh di sana (Jepang) Findy Alvin. Yang walaupun udah jauh, tapi tetap selalu punya cara buat kasih semangat, dukungan dan doa buat penulis. Yang setia mendengar segala keluh-kesah, curhatan aneh dan receh penulis. Arigatou ye! Cepat pulang!!!
9. *I-Four*. Isye, Icel dan Ima yang selalu setia menemani penulis selama proses pengerjaan skripsi. Terkhusus Isye yang sudah rela diajak buat bimbingan dan nemenin nge-skripsi selama ini. Icel yang selalu

mengajarkan tetap tenang dan jangan selalu panik serta terus berdoa kepada penulis.

10. Saudari doanya uty. Marsalia Intan. Yang selalu tidak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan melalui doa dan puasa hampir setiap hari kepada penulis. Terima kasih banyak nang. Intan luar biasa!
11. Saudari Komcilku terkasih Agnesa Marytha, Nafiri Komcil (Kak Hevrida, Stephani, dan Iunike) serta Komcilan Kak Uty (Cindy, Victoria, Anggun dan Rebecca). Terima kasih buat semangat dan dukungannya.
12. Veny, Ruth, Batahi, Ester dan Kak Winny Brigitta buat semangat, doa, dan dukungannya. Terima kasih banyak atas bantuan, doa, dan *support* yang udah kalian kasih!!! Lavvv you!!!
13. Firdha (Gibe). Yang udah dengan sabar selalu aku tanyain untuk segala proses pendaftaran sidang. Makasih banyak Gibe!!! Sukses ya!!!
14. teamHarry. Ratih, Finda, Kesia, Rizal, Agni buat semangat bimbingan. Yuk digaskan. Pasti bisa. SEMANGATTT!!! Khusus Finda dan Ratih teman nge-skripsi dan bimbingan bareng yang sudah mengajarkan banyak hal dan memberikan dukungan kepada penulis. Terima kasih!
15. TASIKREJOSS. Robby, Mas Adit, Mas Helda, Ichacol, Bela, Citra dan Alam udah menjadi keluarga dan teman hidup penulis selama 42 hari KKN.
16. Keluarga Ikasatu Semarang, Keluarga Refomedia (terkhusus untuk tiga kepengurusan STRONGER, LEVEL UP, dan SERVE IN FAITH), Keluarga besar PMK FEB Undip serta Keluarga Manajemen Undip

angkatan 2014. Yang sudah luar biasa memberikan proses hidup buat penulis terkhusus arti pentingnya pelayanan dan melaksanakan pelayanan dengan sungguh-sungguh.

17. Semua anggota kepengurusan dan kepanitiaan yang pernah diikuti dan dijalani. Makasih banyak buat kalian semua yang sudah mengajarkan penulis untuk selalu sabar dan terus menikmati setiap proses yang ada dengan penuh sukacita.

18. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis demi terselesainya skripsi ini dengan baik.

19. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan oleh penulis satu persatu yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam pengerjaan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari semua pihak untuk membuat skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk pihak yang membutuhkan.

Semarang, 17 Mei 2018

Penulis,

Last Beauty Simanjuntak

NIM. 12010114130160

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	13
1.3    Tujuan Penelitian .....	15
1.4    Manfaat Penelitian .....	16
1.5    Sistematika Penulisan .....	17
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1    Landasan Teori.....	18
2.1.1    Minat Beli Ulang.....	24
2.1.2    Kepuasan Pelanggan .....	29
2.1.3    Kualitas Pelayanan.....	31
2.1.4    Citra Perusahaan .....	33
2.1.5    Kewajaran Harga.....	35
2.2    Pengaruh Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis .....	37
2.2.1    Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	37
2.2.2    Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	38
2.2.3    Pengaruh Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	39

2.2.4	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang.....	40
2.2.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang .....	40
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis .....	42
2.4	Hipotesis Penelitian .....	43
2.5	Variabel dan Dimensional Variabel.....	43
2.5.1	Dimensional Variabel : Kualitas Pelayanan.....	44
2.5.2	Dimensional Variabel : Citra Perusahaan .....	45
2.5.3	Dimensional Variabel : Kewajaran Harga .....	46
2.5.4	Dimensional Variabel : Kepuasan Pelanggan .....	47
2.5.5	Dimensional Variabel : Minat Beli Ulang .....	48
2.6	Penelitian Terdahulu .....	49
BAB III .....		52
METODE PENELITIAN.....		52
3.1	Jenis dan Sumber Data.....	52
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	53
3.2.1	Variabel Penelitian.....	53
3.2.2	Definisi Operasional Variabel.....	54
3.3	Populasi dan Sampel .....	57
3.3.1	Populasi.....	57
3.3.2	Sampel.....	57
3.3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	59
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	59
3.4.1	Analisis Kuantitatif .....	60
3.5	Metode Analisis Data.....	62
3.5.1	<i>Structural Equation Modeling</i> – SEM .....	63
BAB IV .....		68
HASIL DAN ANALISIS DATA.....		68
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	68
4.1.1	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.1.2	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Usia .....	71
4.1.3	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72

4.1.4	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pendapatan .....	73
4.1.5	Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan .....	74
4.2	Angka Indeks .....	75
4.2.1	Deskripsi Variabel Penelitian.....	75
4.3	Hasil Analisis Data .....	82
4.3.1	Pengembangan Metode Berdasarkan Teori .....	82
4.3.2	Menyusun Diagram Path dan Persamaan Struktural.....	83
4.3.3	Evaluasi <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran) .....	84
4.3.4	Evaluasi <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	89
BAB V .....		97
PENUTUP .....		97
5.1	Kesimpulan .....	97
5.1.1	Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis .....	97
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	99
5.2	Implikasi Teoritis .....	101
5.3	Implikasi Manajerial .....	102
5.4	Keterbatasan Penelitian.....	103
5.5	Agenda Penelitian Mendatang .....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		106
LAMPIRAN.....		111

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Maskapai Penerbangan di Indonesia .....	4
Tabel 1.2 Tanggapan atau Respon Positif dan Negatif Pengguna Citilink .....	7
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	49
Tabel 3.1 Tabel Definisi Operasional Variabel .....	55
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik Demografi Responden .....	69
Tabel 4.2 Angka Indeks Kualitas Pelayanan .....	77
Tabel 4.3 Angka Indeks Citra Perusahaan .....	78
Tabel 4.4 Angka Indeks Kewajaran Harga .....	79
Tabel 4.5 Angka Indeks Kepuasan Pelanggan .....	80
Tabel 4.6 Angka Indeks Minat Beli Ulang .....	82
Tabel 4.7 Nilai <i>Loading Factor</i> dari <i>Outer Loadings</i> .....	85
Tabel 4.8 Nilai <i>Discriminant Validity</i> dari <i>Cross Loading</i> .....	86
Tabel 4.9 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> – AVE .....	88
Tabel 4.10 Nilai <i>Composite Reliability</i> .....	89
Tabel 4.11 Nilai R-Square .....	90
Tabel 4.12 Tabel Pengujian Hipotesis dari <i>Path Coefficient</i> .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ringkasan Rating Pengguna Maskapai Citilink .....	6
Gambar 1.2 Peringkat Wisatawan mengenai Citilink .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	42
Gambar 2.2 Dimensi Variabel Kualitas Pelayanan .....	44
Gambar 2.3 Dimensi Variabel Citra Perusahaan .....	45
Gambar 2.4 Dimensi Variabel Kewajaran Harga .....	46
Gambar 2.5 Dimensi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	47
Gambar 2.6 Dimensi Variabel Minat Beli Ulang .....	48
Gambar 4.1 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Gambar 4.2 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Usia .....	71
Gambar 4.3 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	72
Gambar 4.4 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Pendapatan .....	73
Gambar 4.5 Deskripsi Umum Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan .	74
Gambar 4.6 Diagram Path <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran) .....	84
Gambar 4.7 Diagram Path <i>Inner Model</i> (Model Struktural) .....	90



## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN B TABULASI DATA .....</b>	<b>120</b>
<b>LAMPIRAN C HASIL UJI SOBEL .....</b>	<b>127</b>
<b>LAMPIRAN D HASIL ANALISIS SEM AMOS .....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN E HASIL ANALISIS PLS .....</b>	<b>139</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Jarak tidaklah menjadi masalah bagi setiap orang untuk dapat bertemu karena dengan adanya alat transportasi udara yang dapat membawa setiap orang terbang dan mempersingkat waktu perjalanan, yaitu pesawat terbang. Setiap orang memiliki kesempatan untuk terbang dan berkeliling serta berkunjung dari satu tempat ke tempat yang lain, dari satu kota ke kota yang lain bahkan dari satu negara ke negara yang lain dengan menggunakan pesawat terbang. Pesawat terbang menjadi alat transportasi masa kini yang mempermudah setiap orang melakukan perjalanan sehingga penggunaan waktu menjadi efektif dan efisien.

Pesawat terbang sendiri diciptakan pastilah memiliki manfaat antara lain,

a. Sebagai sarana transportasi massal

Pesawat terbang dipercaya sebagai salah satu transportasi massal yang dapat dikatakan sangatlah membantu para penumpangnya untuk bisa sampai ke tempat tujuan dalam waktu yang cukup cepat yang di mana difasilitasi dengan tempat duduk, alat pendingin, toilet dan masih banyak lagi sambil menunggu waktu sampai yang akan membuat kita nyaman.

b. Menghemat waktu

Sebelum ditemukannya pesawat terbang, banyak orang yang ingin sampai ke tempat tujuan dengan menggunakan jalur laut seperti transportasi kapal sehingga waktu yang dibutuhkan untuk sampai sedikit lebih lama. Namun, setelah ditemukannya pesawat terbang yang digunakan untuk transportasi massal, waktu yang dibutuhkan untuk sampai ke tempat tujuan hanya dibutuhkan beberapa jam saja.

c. Membantu pengiriman barang

Untuk saat ini, dalam hal memesan atau mengirim barang tentunya tidak perlu repot lagi, tinggal menggunakan beberapa jasa pengiriman barang, maka barang yang akan dikirim dapat sampai ke tangan orang yang akan dikirim hanya dalam beberapa hari saja dan pastinya membutuhkan bantuan dari beberapa transportasi lainnya seperti mobil ataupun motor yang saling bekerja sama dalam hal pengiriman barang.

d. Meningkatkan pariwisata sebuah daerah

Dalam hal membantu meningkatkan pariwisata, pesawat terbang juga memiliki peranan yang penting. Hal ini dapat dilihat dari banyak orang yang mengakses internet untuk melihat tempat-tempat wisata yang menggunakan pesawat terbang tanoa memerlukan waktu yang lama. Dan pada akhirnya dalam beberapa tahun ke depan setiap daerah yang memiliki tempat wisata alam yang bagus dan tentu telah ramai dengan para turis baik local maupun mancanegara. Hal ini

akan berefek menjadikan pariwisata daerah dan menjadi lebih berkembang karena memiliki transportasi udara, yaitu pesawat terbang yang mendukung perkembangan pariwisata daerah.

e. Memperkuat perekonomian negara

Negara yang memiliki perekonomian yang baik tentunya haruslah memiliki alat transportasi lengkap sehingga dapat memenuhi kebutuhan masyarakatnya saat melakukan aktivitas sepanjang hari, misalnya dengan memiliki transportasi pesawat terbang yang setiap tahunnya dapat diperkirakan dapat menyumbang dan menaikkan pendapatan negara dalam bidang penerbangan yang diketahui saat ini merupakan salah satu jenis transportasi terpenting di masyarakat.

Dengan banyaknya keuntungan yang diberikan oleh pesawat terbang sebagai alat transportasi maka semakin banyaknya pengguna pesawat terbang menjadikan pesawat terbang sebagai alternative pilihan transportasi yang nyaman dan menghemat berbagai macam hal seperti waktu, biaya dan lainnya yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, jasa transportasi penerbangan juga dapat dijadikan pilihan dalam melakukan perjalanan karena dapat mempersingkat waktu untuk sampai ke tempat tujuan, harga yang ditawarkan juga wajar dan masih dapat dijangkau oleh masyarakat, serta pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh maskapai penerbangan kepada penggunanya. Sehingga demikian, jasa penerbangan sangatlah diminati oleh penggunanya apalagi oleh pengguna yang memiliki mobilitas tinggi. Dan hal ini banyak dimanfaatkan oleh berbagai jasa penerbangan untuk memulai bisnis

mereka di bidang tersebut. Berikut adalah daftar dari perusahaan jasa maskapai penerbangan yang ada di Indonesia beserta tahun didirikannya.

**Tabel 1.1**

**Daftar Maskapai Penerbangan di Indonesia**

<b>Maskapai Penerbangan</b>	<b>Tahun Didirikan</b>
Aviastar	2003
Batik Air	2013
Citilink	2001
Garuda Indonesia	1949
Indonesia AirAsia	1999
Kalstar Aviation	2000
Lion Air	1999
NAM Air	2013
Sriwijaya Air	2003
Susi Air	2004
TransNusa	2005
Wings Air	2003
Xpress Air	2003

Sumber : Wikipedia, 2017

Berbagai macam agen travel khususnya di bidang penerbangan banyak mengeluarkan berbagai promosi harga penerbangan yang relatif murah untuk dapat menarik minat dan perhatian konsumen. Hal ini akan menjadikan persaingan yang cukup pesat dalam hal kemampuan maskapai penerbangan untuk memberikan fasilitas yang terbaik, kualitas pelayanan yang memuaskan, kewajaran harga yang ditawarkan dan bagaimana citra perusahaan dari maskapai tersebut di mata konsumen.

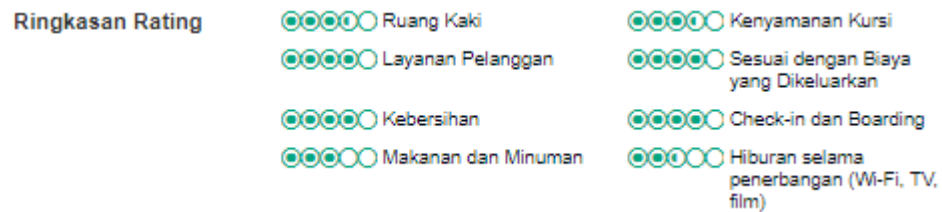
Citilink adalah salah satu maskapai penerbangan yang ada di Indonesia yang merupakan anak pesawat dari Garuda Indonesia *Airlines* yang pastinya memberikan kualitas pelayanan yang tak perlu diragukan lagi. Citilink selalu mengutamakan kenyamanan dalam hal memberikan pelayanan yang baik bagi para pelanggannya yang pastinya dengan harga yang sesuai.

Citilink sendiri berkantor pusat di Menara Citicon Lt. 14 Jl. S. Parman Kav. 72 Slipi, Jakarta Barat 11410, Indonesia yang dapat dijadikan pusat pelayanan penumpang Citilink. Dan tidak hanya berada di Jl. S. Parman Kav. 72 Slipi, Jakarta Barat, Citilink juga memiliki beberapa *counter* pelayanan penumpang di setiap bandara di berbagai daerah di Indonesia yang akan digunakan untuk melayani para penumpang Citilink secara langsung dan lebih dekat.

Maskapai Citilink selalu berusaha memberikan kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan para penggunanya dengan harga yang ditawarkan dan dirasa wajar oleh para penggunanya untuk meningkatkan penjualan dari perusahaan. Dalam memberikan kualitas pelayanan, maskapai Citilink selalu mengutamakan kenyamanan penumpangnya di dalam pesawat, keramahtamahan para cabin *crew*, saat melakukan penerbangan yang dirasa aman oleh para penumpangnya dan masih banyak lagi kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan Citilink. Hal ini dapat dilihat dari ringkasan rating yang diberikan oleh pengguna maskapai Citilink setelah menggunakannya.

Gambar 1.1

### Ringkasan Rating Pengguna Maskapai Citilink



Sumber : [www.tripadvisor.co.id/airline-review-Citilink](http://www.tripadvisor.co.id/airline-review-Citilink), 2018

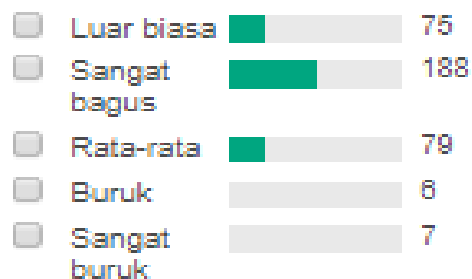
Dari gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna Citilink memberikan gambaran tingkat kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh maskapai Citilink kepada konsumennya. Di mana di dalam gambar tersebut, pengguna maskapai Citilink merasa puas atas pelayanan yang diberikan.

Selain ringkasan *rating* tersebut, tingkat kepuasan konsumen dari maskapai Citilink juga dapat dilihat dari peringkat baik-buruknya perusahaan yang diberikan oleh penggunanya sebagai berikut ini.

Gambar 1.2

### Peringkat Wisatawan mengenai Citilink

#### Peringkat dari wisatawan



Sumber : [www.tripadvisor.co.id/airline-review-Citilink](http://www.tripadvisor.co.id/airline-review-Citilink), 2018

Gambar 1.2 menunjukkan peringkat yang diberikan wisatawan atau pengguna maskapai Citilink mengenai pelayanan yang diberikan oleh maskapai Citilink kepada penggunanya. Pengguna maskapai Citilink merasakan pelayanan yang diberikan oleh maskapai penerbangan luar biasa (75), sangat bagus (188), rata-rata atau biasa saja (79), buruk (6), serta sangat buruk (7).

Selain dari kedua hal yang sudah dijelaskan di atas, ada juga cara lain untuk dapat melihat tanggapan atau respon dari pengguna maskapai Citilink mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai yaitu dengan cara melihat tanggapan atau respon positif dan tanggapan atau respon negatif. Berikut ini adalah beberapa ringkasan tanggapan atau respon positif dan negative yang diberikan oleh pengguna maskapai Citilink.

**Tabel 1.2**  
**Tanggapan atau Respon Positif dan Negatif Pengguna Maskapai Citilink**

<b>Tanggapan atau Respon Positif</b>	<b>Tanggapan atau Respon Negatif</b>
Penerbangan yang cukup baik dan nyaman.	<i>Leg room</i> yang menyedihkan.
Pelayanan yang ramah dan bagasi tidak ada masalah sama sekali.	Mengalami keterlambatan penerbangan beberapa kali
Merupakan pilihan alternatif penerbangan domestik yang terjangkau untuk wisatawan lokal. <i>Low cost</i> dan terjangkau untuk semua kalangan.	Tidak menyediakan makanan atau cemilan selama penerbangan, tersedia namun harus membeli di luar harga tiket pesawat.
Rasa nyaman saat lepas landas maupun saat mendarat dengan minimnya guncangan.	Tidak memiliki hiburan di dalam pesawat seperti nonton TV tidak seperti Garuda Airlines Indonesia.



Dapat diandalkan untuk penerbangan pendek dan domestik di Indonesia.	Harga masih dirasa cukup mahal dan kurang wajar.
<i>Best LCC in Indonesia.</i>	Tidak dapat memilih kursi pada saat web <i>check in</i> .
Penampilan karyawan yang menarik.	Tujuan Citilink di Indonesia masih belum banyak.

Sumber : [www.tripadvisor.co.id/airline-review-Citilink](http://www.tripadvisor.co.id/airline-review-Citilink), 2018

Pada tabel 1.2 yaitu tabel tanggapan atau respon positif dan negative pengguna maskapai Citilink dapat dilihat bagaimana perasaan atau respon yang diberikan oleh pengguna Citilink selama melakukan perjalanan menggunakan maskapai penerbangan Citilink, baik dari segi kualitas pelayanan, citra perusahaan, kewajaran harga dan kepuasan pelanggan yang akan menyebabkan apakah pengguna maskapai Citilink akan melakukan pembelian ulang tiket maskapai Citilink untuk kedepannya. Pada tabel tersebut juga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar pengguna maskapai Citilink merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh maskapai Citilink dalam hal ketepatan waktu dalam penerbangan, kenyamanan pengguna pada saat penerbangan (*take off-landing*), para awak kabin (*cabin crew*) atau karyawan Citilink yang bersikap ramah serta kesesuaian harga yang diberikan oleh maskapai penerbangan dengan kualitas pelayanan dan manfaat yang diberikan oleh maskapai kepada penggunanya. Namun demikian, masih terdapat juga tanggapan atau respon negative yang diberikan oleh penumpang maskapai penerbangan Citilink yaitu seperti beberapa kali mengalami keterlambatan jadwal penerbangan, *leg room* (ruang gerak kaki) yang sempit serta tidak disediakannya *snack* (cemilan) karena

alasan harga yang ekonomis. Beberapa hal tersebut menjadi alasan dari beberapa pengguna maskapai memberikan tanggapan atau respon negative mengenai kualitas pelayanan maskapai penerbangan.

Ada beberapa hal yang sangatlah perlu diperhatikan oleh maskapai Citilink dalam yang akan mempengaruhi minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang seperti halnya kualitas pelayanan, citra perusahaan yang dimiliki, kewajaran harga yang ditawarkan serta kepuasan pelanggan yang nantinya dapat mendorong minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang produk itu atau tidak.

Kualitas dapat diartikan sebagai “suatu kondisi yang dinamis di mana yang sangat berhubungan langsung dengan produk, jasa, manusia, dan lingkungan yang nantinya akan memenuhi atau melebihi harapan dari seorang konsumen.” (Tjiptono, 2004). Menurut Sugiarto (2003), pelayanan merupakan upaya yang dilakukan secara maksimal yang diberikan oleh petugas pelayanan dari sebuah perusahaan industri yang digunakan untuk memenuhi harapan dan kebutuhan seorang pelanggan sehingga akan tercapainya kepuasan pelanggan dan pada akhirnya akan membuat suatu keputusan pembelian.

Kualitas pelayanan (Tjiptono, 2011) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut guna memenuhi keinginan dari pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan (*perceived service*) sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, maka kualitas pelayanan yang diberikan dan dipersepsikan

akan baik dan tentu memuaskan. Namun, jika kualitas pelayanan tersebut melebihi atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Dan sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diterima oleh konsumen lebih rendah dari apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan perusahaan tersebut akan dipersepsikan sangat buruk.

Dari pengertian yang telah dikemukakan di atas maka dapat diindikasikan bahwa sebuah kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan dan akan diterima oleh konsumen sebagai penerima layanan mengharapkan adanya tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari konsumen tersebut maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang diidealkan dari para penerima pelayanan.

Menurut Gregory (2011), citra perusahaan ialah kombinasi yang terjadi dari dampak yang ada terhadap observer dari semua komponen verbal dan juga visual perusahaan, baik yang telah direncanakan sebelumnya maupun yang tidak direncanakan atau dari adanya pengaruh eksternal lainnya.

Dalam penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Andreassen dan Lindestad (1997) mengemukakan bahwa untuk pelayanan yang kompleks, citra perusahaan dan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk bukanlah dua jalur yang terpisah untuk dapat meningkatkan minat beli ulang konsumen dan menciptakan sikap loyal pelanggan terhadap perusahaan atau produk yang

digunakan. Maskapai Citilink memiliki pesona tersendiri di mata penggunanya. Dengan menjadi anak dari maskapai Garuda Indonesia Airlines, maskapai Citilink mampu membentuk citra perusahaannya sendiri di mata penggunanya. Menawarkan harga tiket yang wajar dan sesuai dengan kualitas pelayanan yang diberikannya menjadi daya tarik maskapai Citilink bagi penggunanya.

Menurut Tjiptono (2015), harga dapat diartikan sebagai jumlah uang (satuan moneter) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang mengandung utilitas/kegunaan tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Penilaian dari kewajaran harga suatu produk oleh konsumen kemungkinan besar didasarkan pada adanya perbandingan transaksi yang melibatkan berbagai macam pihak baik dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan (Xia *et al.*, 2014). Harga merupakan salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya baik berupa barang maupun jasa (Winahyu, 2012). Semakin terjangkau harga dari suatu produk yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen, maka semakin besar pilihan konsumen akan memilih produk tersebut untuk dibeli.

Maskapai penerbangan Citilink merupakan salah satu dari beberapa maskapai penerbangan yang ada di Indonesia yang menawarkan harga yang murah sehingga Citilink termasuk pesawat dengan *Leading Low Cost/LCC* ([www.citilink.co.id](http://www.citilink.co.id)). Dengan harga yang cukup murah, Citilink sudah terbang ke lebih dari 31 kota, 62 rute perjalanan dan mengoperasikan hingga 244

frekuensi penerbangan setiap harinya. Bahkan destinasi yang dilakukan Citilink sampai kepada daerah-daerah pelosok yang ada di Indonesia seperti, bandara Silangit, Jayapura, Gorontalo, Kendari dan Ambon bahkan sampai 1 rute regional ke Dili, Timor Leste. Persepsi yang diberikan terhadap harga jasa maskapai penerbangan Citilink mempertimbangkan atas kualitas pelayanan, fasilitas yang diberikan dan perbandingan dengan harga jasa maskapai penerbangan yang lainnya.

Westbrook and Reilly (1983) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah suatu respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk, jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku konsumen (seperti dalam hal berbelanja dan membeli), serta pasar secara keseluruhan. Kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan akan membuat konsumen menjadi loyal dan melakukan pembelian ulang, yang artinya apabila konsumen dari jasa penerbangan Citilink merasakan kepuasan dengan jasa yang ditawarkan oleh pihak maskapai penerbangan Citilink, maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang terhadap jasa penerbangan maskapai Citilink ini.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh D. Puspitasari (2006) dengan judul : Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang. Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa konsumen yang merasa puas terhadap pelayanan maskapai penerbangan Garuda Indonesia *Airlines* cenderung akan melakukan pembelian ulang dan akan menjadi loyal terhadap

jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia *Airlines*. Hal ini dikarenakan adanya rasa kepuasan yang dimiliki oleh pengguna maskapai Garuda Indonesia *Airlines* terlebih dahulu. Penelitian ini memiliki perbedaan dari penelitian yang sebelumnya antara lain dalam hal obyek penelitian dan subyek penelitiannya. Dalam penelitian ini, obyek yang dipilih untuk diteliti yaitu maskapai penerbangan Citilink dan subyek yang dipilih adalah masyarakat pengguna jasa maskapai penerbangan Citilink dengan rute penerbangan Semarang – Jakarta atau Jakarta – Semarang.

Dari beberapa hal yang sudah dijelaskan tersebut dapat dikatakan bahwa untuk dapat menjaga keberlangsungan suatu jenis usaha atau dalam hal ini adalah jasa penerbangan maskapai Citilink, maka sangatlah perlu untuk memperhatikan kualitas pelayanan, citra perusahaan, dan juga kewajaran harga yang nantinya akan menyebabkan tingginya kepuasan pelanggan dari suatu jenis usaha dan akan berdampak kepada minat beli ulang yang juga akan tinggi. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk melakukan sebuah penelitian yang diberi judul **“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, serta Kewajaran Harga terhadap Kepuasan Pelanggan yang Berdampak pada Minat Beli Ulang oleh Penumpang Maskapai Citilink”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dalam menarik minat dari pelanggan dalam memutuskan pilihannya untuk memilih sesuatu produk untuk dipakai, perusahaan haruslah memiliki cara yang tepat. Baik dari hal pelayanan, citra atau reputasi perusahaan yang

baik, harga yang ditawarkan dirasa cukup wajar dan pastinya memberikan kepuasan tersendiri bagi penggunanya. Demikian halnya dengan maskapai penerbangan Citilink, meskipun sudah memiliki nama yang cukup baik, haruslah tetap memperhatikan beberapa hal tersebut. Di dalam memberikan pelayanannya, perusahaan jasa penerbangan maskapai Citilink masih mengalami beberapa kekurangan sehingga menyebabkan adanya beberapa tanggapan atau respon negative mengenai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang dan beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana cara meningkatkan minat beli ulang pengguna maskapai penerbangan Citilink?” Oleh sebab itu, maka perlu dilakukan identifikasi terhadap permasalahan yang sedang terjadi seperti bagaimana cara maskapai penerbangan Citilink dalam meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan citra perusahaan yang dimiliki, kewajaran harga yang ditetapkan untuk setiap pelayanan yang diberikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan yang bersifat positif dan nantinya akan berdampak pada minat beli ulang.

Dari permasalahan di atas dapat dirumuskan menjadi beberapa pertanyaan sebagai berikut ini :

- a. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink?

- b. Apakah citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink?
- c. Apakah kewajaran harga memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink?
- d. Apakah kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink?
- e. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka dapat disimpulkan bahwa adapun tujuan dari penelitian, yaitu :

- a. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dari citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari kewajaran harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Citilink.
- d. Untuk mengetahui pengaruh dari kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink.
- e. Untuk mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang pada maskapai penerbangan Citilink.



#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan diadakannya penelitian, peneliti berharap memiliki manfaat yang baik bagi berbagai pihak baik terhadap pihak-pihak yang terkait langsung oleh penelitian ini maupun yang tidak terkait langsung oleh penelitian ini (pembaca).

Adapun manfaat dari penelitian ini, yaitu :

a. Bagi Penulis

Dengan dilakukannya penelitian ini dapat membantu penulis untuk semakin menambah pengetahuan dan wawasan serta meningkatkan pemahaman penulis mengenai materi yang telah diterima selama berkuliah, khususnya di bidang pemasaran dan merupakan menjadi syarat kelulusan sarjana sebagai tugas akhir penulis.

b. Bagi Pelaku Bisnis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan masukan dan bantuan kepada pelaku bisnis dalam menjalankan usaha apabila mengalami permasalahan yang terjadi seperti yang diteliti dan dapat dijadikan acuan dalam menyelesaikan permasalahan untuk kedepannya

c. Bagi Bidang Akademis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pustaka dan referensi tambahan bagi penelitian berikutnya yang lebih detail.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

### **BAB I : Pendahuluan**

Pada Bab Pendahuluan ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Pada Bab Tinjauan Pustaka ini berisikan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, hipotesis penelitian, serta variabel penelitian dan dimensional variabel.

### **BAB III : Metode Penelitian**

Pada Bab Metode Penelitian ini berisikan jenis data dan sumber data penelitian, definisi operasional variabel, penentuan populasi dan sampel, metode pengumpulan data, serta metode analisis data yang akan digunakan.

### **BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada Bab Hasil dan Pembahasan ini berisikan deskripsi dari objek penelitian dan uraian tentang analisis serta hasil dari penelitian

### **BAB V : Penutup**

Pada Bab Penutup ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilaksanakan dan saran untuk pihak-pihak yang terkait.